

**EL SEGMENTO MEETING PODRÍA CRECER UN 12% ESTE AÑO**

# Temor al cambio de ciclo

## Los viajes domésticos de los españoles muestran síntomas de recesión

FERNANDO SAGASETA  
fsagaseta@editur.com

La estrategia comercial de los touroperadores aconseja evitar mensajes alarmistas, pero los indicadores cada vez son más obstinados. El gasto turístico de los españoles en sus desplazamientos por el país se está estancando.

En principio no se puede hablar de crisis. De hecho, las previsiones de la OCDE para España señalan un crecimiento por encima de las grandes economías europeas.

Sin embargo, la confianza de los consumidores está empezando a flaquear. Sea por la incesante subida del Euríbor y su efecto inmediato en las hipotecas, por el encarecimiento de algunos productos básicos de la cesta de la compra o por el aumento del desempleo, lo cierto es que el español no gasta ya con la alegría de los últimos años. La incertidumbre sobre el resultado de las elecciones de marzo se añade a los demás factores.

Las pernoctaciones en hoteles realizadas por los españoles apenas aumentaron un 0,3% en términos generales durante el pasado verano, mientras que en el litoral mediterráneo descendieron un 0,2%.

Las ventas de billetes de avión a destinos nacionales en julio y agosto de 2007 cayeron un 1,6%, en contraste con el incremento del 12,2% de los vuelos internacionales, según datos del BSP. La evolución positiva de los viajes al extranjero, al menos en términos de facturación, frente al estancamiento del turismo doméstico indica que la crisis, real o ficticia, se deja notar sobre todo en las familias con menor renta, al tiempo que los consumidores de mayor nivel económico se inclinan con claridad por destinos de larga distancia.

Así, aunque el número de viajes al extranjero cayó un 11,8% entre enero y noviembre de 2007, los pagos subieron un 8%. Salen menos pero gastan bastante más.

### Cautela

Las agencias de viajes mantienen la cautela, a pesar de que la pasada temporada no pudo ser más dis-

creta. El incremento de las ventas se situó entre el 1% y el 2%, cuando en 2006 superaron el 7%. Los signos de debilidad empezaron a aflorar con el Familiarit correspondiente al periodo enero-abril de 2007, que mostraba un descenso del 14% en el número total de viajes realizado por los españoles, con un aumento del 17% en el recurso a las casas alquiladas y segundas residencias.

Hay que precisar que los malos resultados se explican en parte por una climatología adversa durante la Semana Santa. Comunidades autónomas como Madrid o Cataluña son las que más problemas están teniendo con la demanda. En contraste con el segmento vacacional, la fuerza del emisor español sigue estando en los viajes de negocio, cuya evolución registra incrementos cercanos a los dos dígitos.

La tendencia a la baja se confirmó en un mes tan determinante como agosto, en el que se registró un descenso del 12% en los viajes realizados por los residentes españoles, con una caída acumulada del 10,3% desde enero.

Los viajes al extranjero permanecieron prácticamente invariables, frente a la disminución del 11% en los desplazamientos internos. Resulta significativo que el porcentaje de residentes que declaró haber realizado vacaciones de verano fue mayor en agosto que en el mismo mes del año anterior.

### Menor gasto

El español no renuncia a salir, pero cuando lo hace intenta gastar lo menos posible y, en lugar de pernoctar en alojamientos reglados, lo hace en segundas residencias. De hecho, su uso aumentó nada menos que un 18% en agosto de 2007.

Durante los últimos ocho años, la pujanza del mercado emisor español ha sido determinante para empujar al alza las cifras de pernoctaciones hoteleras y para contrarrestar los vaivenes de los mercados emisores europeos, especialmente durante el periodo de 2002 a 2004. Pero el temor a un cambio de ciclo económico está invirtiendo los términos, hasta el punto que ahora es el turismo extranjero el que está

### Indicadores del mercado emisor español en 2007

#### Pernoctaciones de los viajeros españoles en España

	Período enero-noviembre 2007	Variación interanual
<b>Hoteles</b>	110,41 millones	+2%
<b>Cámpings</b>	16,75 millones	-2,4%
<b>Apartamentos</b>	15,86 millones	+2,8%
<b>Casas rurales</b>	6,03 millones	+8,6%

Fuente: INE

#### Pagos de viajes de los españoles en el extranjero

	Período enero-septiembre 2007	Variación interanual
<b>Pagos</b>	10.698 millones de euros	+8,02%
<b>Viajes</b>	7,67 millones de desplazamientos	-11,8%

Fuentes: Balanza de Pagos/Banco de España y Familiarit/IET

manteniendo los porcentajes de ocupación, sobre todo en segmentos como la hotelería urbana.

Como señala Exceltur, "si bien los viajes de los españoles al exterior son el resultado de los niveles de desarrollo que ha alcanzado la sociedad española, tiene poco sentido cuestionar, si que debiera ser necesario analizar en detalle las motivaciones que hacen a los españoles desplazarse en verano a destinos fuera de España por si en algún caso se pudieran identificar factores que revelen pérdida de atractivo de algunos de los destinos españoles de la costa para el cliente nacional". Al margen de los indicadores tradicionales, la Encuesta de Clima Turístico Empresarial realizada por Exceltur en el tercer trimestre de 2007 revelaba, por primera vez desde 2002, un mayor predominio de opiniones desfavorables entre los empresarios de los grandes grupos de distribución. Haciendo prospección del futuro más inmediato, el lobby turístico prevé un estancamiento de la demanda interna en los próximos meses, a pesar de la incorporación de nuevos colectivos de población inmigrante residente en España a la demanda turística. Esta circunstancia no sólo propicia que los vuelos hacia Latinoamérica y algunos países de Europa del Este vayan llenos hasta la bandera, sino también la aparición de una incipiente clientela entre los inmigrantes con

mayor capacidad económica que empieza a consumir paquetes vacacionales a destinos turísticos clásicos, además de los viajes a sus países de origen. José Manuel Maciñeiras, presidente de Aedave, resta importancia a los indicios de crisis en el emisor y, aunque admite que se está registrando un aumento de los desplazamientos a segundas viviendas o a casas de familiares y amigos, una tendencia que perjudica a las agencias, destaca que "la demanda de viajes se está comportando bien a pesar de ciertas señales de alarma económica". Maciñeiras lamenta el cúmulo de noticias catastrofistas "que no se corresponden con la realidad y que puede generar un clima ficticio de desconfianza que perjudique las ventas de este año". En el mismo sentido, se pronuncia Jesús Martínez Millán, presidente de Feaav, quien teme que el alarmismo degenera en una crisis de confianza que se traduzca, a su vez, en una crisis económica real. Por lo pronto, el calendario laboral de 2008 no permite organizar tantas programaciones aprovechando los puentes. Según José Luis Ramil, director general del grupo comercial Unida, "para algunas agencias puede llegar a representar una pérdida importante.

Los puentes se han convertido en uno de los momentos más importantes del año para la venta de escapadas y city breaks y, sin duda, va a representar una dificultad añadida en la venta de viajes en temporada baja". □